

LIPUTAN MEDIA TENTANG POLITISI DAN AKTIVITAS POLITIK PEREMPUAN

MEDIA COVERAGE ON FEMALE POLITICIAN AND THEIR POLITICAL ACTIVISM

Rachmah Ida

Pasca Sarjana FISIP, Universitas Airlangga
Jl. Darma Wangsa Dalam 56, Surabaya, Indonesia
e-mail: rachmah@gmail.com

Naskah diterima tanggal 4 Februari 2013, direvisi tanggal 2 Mei 2013, disetujui tanggal 30 Mei 2013

Abstract

This study analyzes the content of the mass media on female politician and their political activism in Indonesia. Since the movement to fight for the 30% quota of female in the legislature, the women activity in the political space of this country becomes so rife. Number of women in parliament of national and local level has increased significantly. Further the women who were elected as the head of the region (Governors, Mayors and Regents) and deputy head of the region in Indonesia are also experiencing significant growth. The issue is whether this progress was followed by public support, including the supportive mass media? Hence, this research was conducted to answer the problem formulation: Do female politicians in Indonesia and their political activism getting supportive reports? How mass media represents female politicians? What are constructs of language and symbols manufactured by the media related to the existence of female politicians and female political activism? By using the perspective of media cultural studies, this study uses textual analysis method (text message and visual) covered and described the women politicians in Indonesia. Textual analysis is applied on the news and articles published by some online news media during the year 2011, associated with female politicians and political activism. Results of this study suggest that female politicians still represented stereotypically associated with femininity and its position in the domestic sphere. Vision and political orientation of female politicians have not received significant attention from the media.

Keywords: *Female Politician, Female Political Activism, Media Representation, Textual Analysis*

Abstrak

Studi ini menganalisis isi pemberitaan media massa tentang politisi perempuan dan aktivitas politik perempuan di Indonesia. Semenjak gerakan untuk memperjuangkan kuota 30% perempuan di lembaga legislatif, aktivitas perempuan dalam ruang politik di tanah air begitu marak. Jumlah perempuan yang menjadi anggota parlemen di tingkat pusat dan daerah mengalami penambahan yang signifikan. Tak terkecuali perempuan yang maju dan terpilih menjadi kepala daerah (Gubernur, Walikota dan Bupati) dan wakil kepala daerah di Indonesia juga mengalami perkembangan yang signifikan. Persoalannya, apakah kemajuan ini diikuti dengan dukungan publik, termasuk media massa, yang suportif? Oleh karena itulah penelitian ini dilakukan untuk menjawab rumusan masalah: Apakah politisi perempuan di Indonesia dan aktivitas politik kaum perempuan mendapatkan pemberitaan yang mendukung atau menguntungkan perempuan? Bagaimana media massa merepresentasikan politisi perempuan? Apa sajakah konstruk bahasa dan simbol-simbol yang diproduksi oleh media terkait dengan eksistensi politisi perempuan dan aktivitas politik perempuan? Dengan menggunakan perspektif kajian media, studi ini menggunakan metode analisis tekstual (teks berita dan visual) yang meliput dan menggambarkan tentang politisi perempuan di Indonesia. Analisis tekstual dilakukan terhadap pemberitaan dan artikel yang dimuat oleh beberapa media berita *online* selama tahun 2011, terkait dengan politisi perempuan dan aktivitas politiknya. Hasil studi menunjukkan bahwa politisi perempuan masih direpresentasikan secara stereotip berkaitan dengan femininitasnya dan posisinya di ranah domestik. Visi dan orientasi politik dari politisi perempuan belum mendapatkan perhatian yang signifikan dari media.

Kata Kunci: Politisi Perempuan, Aktivitas Politik Perempuan, Representasi Media, Analisis Tekstual

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Politik identik dengan dominasi laki-laki. Mitos yang berkembang di masyarakat, perempuan tidak boleh bermain dan berkiper di ranah politik. Akibatnya menjadi semakin sulit bagi perempuan untuk mengkonsolidasikan posisi dan kedudukannya dalam kancah ini. Sedikitnya proporsi keberadaan perempuan berperan dan berpartisipasi aktif di institusi-institusi politik, semakin mempersempit ruang gerak, sekaligus suara perempuan yang terwakili. Kondisi inilah yang tidak menguntungkan bagi perempuan, tidak saja bagi eksistensi dan keterlibatan perempuan di arena politik negara, melainkan juga tidak optimalnya artikulasi politik dan kepentingan perempuan. Usaha untuk memperjuangkan jumlah perempuan duduk di lembaga parlemen dan pemerintahan dilakukan, agar keterwakilan jumlah dan suara perempuan seimbang dalam lembaga negara ini. Namun, hasil yang diperoleh hanya sebatas kuantitas atau numerik keterwakilan perempuan di lembaga legislatif. Kuantitas ini belum memadai jika dibandingkan dengan kualitas suara dan peran-peran strategis perempuan sebagai pengambil kebijakan di domain politik. Jika melihat catatan jumlah anggota perempuan yang terlibat politik dari tahun ke tahun bisa dilihat pergerakannya sebagai berikut: tahun 1999 ada 9% atau 45 orang perempuan dari 500 anggota DPR. Figur ini meningkat pada tahun 2004, ada sebanyak 11.5% atau 61 perempuan menjadi anggota DPR dari 550 anggota yang ada. Pada pemilu 2009, jumlah perempuan yang duduk di DPR meningkat menjadi 18.04% atau 101 orang dari 560 anggota DPR (Jawa Pos, 6 Maret 2012). Melihat data di atas, barangkali bisa disimpulkan seolah keterlibatan perempuan di ranah politik mengalami *progress* atau kemajuan yang signifikan yang berpengaruh terhadap dunia politik. Tetapi masih muncul kekhawatiran apakah jumlah representasi

perempuan tersebut akan mewakili suara perempuan yang sejatinya? Setelah Pemilu 2004, muncul gerakan tentang pemenuhan kuota perempuan 30% di lembaga legislatif.

Namun kondisi yang dialami, partai-partai politik yang ada tidak siap dengan kader atau calon yang handal yang telah disiapkan untuk mengisi kuota tersebut. Akibatnya yang terjadi “asal comot,” seperti keluarga sendiri, istrinya, putrinya, artis perempuan, dan sosok-sosok lainnya yang muncul menjadi “kader dadakan” dipasang sebagai kandidat calon legislatif. Tren ini kemudian diikuti ketika proses kandidasi calon-calon kepala daerah di tanah air. Istri mantan Bupati maju menggantikan suaminya, atau putri mantan Bupati maju menggantikan posisi ayahnya, dan masih banyak lagi. Hal ini tidak salah, tetapi persoalan kualitas kepemimpinan di tingkat pusat dan daerah menjadi dipertanyakan, ketika perempuan-perempuan yang dijagokan menjadi politisi tidak pernah tahu tentang politik dan tidak pernah terlibat dalam aktivitas politik sebelumnya.

Pada akhirnya kualitas politiknya masih diragukan. Apalagi, harapan yang dibangun bahwa dengan semakin banyaknya jumlah perempuan yang terlibat dalam dunia politik, maka suara perempuan (*women's voices*) akan semakin banyak, terutama diperlukan bagi gerakan kesetaraan gender (*gender equality*) dan pemberdayaan perempuan (*women empowerment*) di Indonesia. Kondisi ini ditambah pula dengan kurangnya politisi perempuan yang menjadi anggota parlemen di tingkat pusat dan daerah dinilai mempunyai kemampuan komunikasi politik yang kurang dan dukungan media yang tidak maksimal.

Tambahan lagi, banyak studi yang dilakukan oleh beberapa peneliti di tanah air menunjukkan bahwa jumlah pemberitaan dan *framing* media terhadap perempuan yang terlibat di dunia politik masih terkesan stereotip. Tidak hanya di Indonesia, beberapa studi yang dilakukan di Amerika tentang hal ini juga menunjukkan bahwa perempuan

dalam arena politik seringkali harus berjuang untuk menerima liputan media dan legitimasi publik dan media (Kaid & Holtz-Bacha, 1995, 2000; Witt, Paget, & Matthews, 1994). Media massa dianggap sering menggambarkan politisi perempuan mempunyai masalah atau dikaitkan dengan isu-isu domestik berkaitan dengan perilaku anak dan suaminya. Namun, media tidak melakukan hal seperti ini terhadap politisi laki-laki (Bystrom, et.al, 2004). Menurut Bystrom (2004) dalam pengantar bukunya yang ditulis dengan para koleganya tentang gender dan politik, bahwa media massa dianggap sering mempertanyakan politisi perempuan dengan pertanyaan berbeda yang media tanyakan kepada politisi laki-laki.

Media juga dianggap telah mendeskripsikan politisi perempuan dengan berbagai cara dan kata-kata yang menekankan pada peran tradisional perempuan di rumah, persoalan penampilan mereka di publik, dan perilaku politisi perempuan di masyarakat, seperti misalnya model rambutnya, gaunnya, atau kebiasaan jeleknya minum-minuman atau menghabiskan uang miliaran untuk belanja *online*, dan sebagainya. Sehingga keberadaan atau eksistensi politisi perempuan semakin tidak terdengar, apalagi perjuangan-perjuangan dan aktivitas yang dilakukannya. Dominannya pernyataan-pernyataan politik yang diberikan oleh para aktor politik dan politisi laki-laki di media massa, semakin menyurutkan eksistensi perempuan. Apakah benar kondisi seperti ini yang terjadi? Untuk itulah penelitian ini dilakukan.

Penelitian ini menggunakan perspektif kajian media (*media cultural studies*) yang menitikberatkan pada analisis kritis terhadap konstruk-konstruk atau cara-cara media mengonstruksi realitas objektif yang ada dengan mengungkap makna-makna tersembunyi (*latent meaning*) yang terkandung di balik sebuah pemberitaan atau produksi teks media. Maka, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah politisi perempuan di Indonesia dan aktivitas politik kaum perempuan mendapatkan pemberitaan yang mendukung atau menguntungkan perempuan?
2. Bagaimana media merepresentasikan politisi perempuan selama ini? Konstruk bahasa dan simbol-simbol apa sajakah yang digunakan atau diproduksi oleh media terkait dengan eksistensi politisi perempuan dan aktivitas politik perempuan?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan studi ini adalah untuk mengungkap cara-cara media meliput dan memberitakan tentang politisi perempuan dan aktivitas politiknya. Sekaligus untuk melihat gambaran atau representasi yang dilakukan oleh media massa terhadap politisi perempuan di Indonesia, melalui penggunaan bahasa, kalimat, judul pemberitaan, dan gambaran visual politisi Indonesia yang terlibat di ranah politik selama ini, serta memahami makna-makna dari simbolisasi yang dilakukan oleh media terhadap politisi perempuan selama ini.

Manfaat dan signifikansi penelitian ini adalah melakukan analisis kritis terhadap cara-cara media memproduksi teks-teksnya terkait dengan isu gender dan politik. Selain itu, studi ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap usaha untuk mengkritisi media massa untuk melakukan peliputan yang *supportive* (mendukung) dan menguntungkan citra dan posisi politis perempuan di tanah air, serta memberikan gambaran yang seimbang dengan politisi laki-laki yang lebih banyak diliput dan digambarkan sebagai sosok politisi yang lebih berkualitas dibandingkan perempuan.

Tinjauan Pustaka

Kultur Politik Perempuan (Female Political Culture)

Sistem politik selama ini belum memberikan diskursus yang positif terhadap eksistensi perempuan di ranah politik. Ini karena posisi dan peran tradisional perempuan di ranah domestik lebih mengedepan dibandingkan kedudukan dan posisi perempuan di ranah publik apalagi di bidang politik. Bahkan opini publik terhadap eksistensi perempuan dalam politik juga kurang mendukung. Opini mayoritas publik dengan keterlibatan perempuan dalam politik belum sampai pada tingkat mayoritas numerik. Perilaku memilih (*voting behaviour*) perempuan juga tidak memberikan dukungan kepada perempuan-perempuan yang ada. Kuatnya nilai patriark dengan kepercayaan “laki-laki adalah imam” begitu kuat, sehingga pada saat memilih pun, perempuan sendiri enggan memilih suaminya. Jones, Charles & Davies (2009) mengasumsikan bahwa kultur politik maskulin yang ada dan terus menerus dipromosikan dalam institusi-institusi politik, ternyata memberikan dampak yang signifikan terhadap keterwakilan perempuan di ranah politik, terutama di negara Eropa, seperti Inggris. Dalam studi yang dilakukannya, Jones dan kawan-kawan, mendapati bahwa dalam institusi politik sendiri telah terjadi pembentukan budaya atau kultur yang stereotip dan bias gender. Misalnya yang terjadi pada politisi pria yang menjadi anggota dewan *assembly* mempersepsi bahwa kultur maskulinitas memang diakui tidak pernah jauh dari dunia alkohol dan aktivitas lelaki-lakian (*manly*). Sehingga politisi perempuan enggan untuk bergabung dan terlibat dalam suasana politik yang didominasi oleh pria seperti itu. Ketika perempuan memasuki dunia politik, pria seolah merasa tertekan dan terancam posisinya dan eksistensinya. Sesaat ketika perempuan melangkah melewati ikatan-ikatan tradisional dan memasuki kehidupan publik dan politik, kepentingan-kepentingan patriark merasa terancam eksistensinya (Krishnan,

2011). Kultur patriark lalu mengerjakan berbagai taktik jahat dan perlakuan yang tidak mengenakan kepada perempuan yang menjadi target seksual sekaligus atribut-atribut femininnya.

Komunikasi Politik dan Aktivitas Politik Perempuan

Seringkali perempuan yang akan menjadi calon legislatif tidak mempunyai kemampuan komunikasi politik yang handal. Terkesan malu-malu dan tidak dapat menyakinkan publik pemilihnya bahwa ia layak untuk dipilih. Potensi perempuan sebagai komunikator politik pada banyak kasus seolah tidak perlu digarap. Dalam banyak hal, perempuan sendiri tidak hanya tidak mampu mengomunikasikan identitas dirinya sebagai perempuan, tetapi juga mengomunikasikan agenda-agenda dan visi politiknya. Perempuan dinilai terlalu terkontaminasi dengan cara-cara laki-laki untuk mengampanyekan agenda politiknya. Bahkan terkadang, politisi perempuan dinilai mengekor bentuk-bentuk dan cara-cara komunikasi politik yang dilakukan oleh kaum laki-laki. Perempuan sendiri masih dinilai masih enggan bersahabat dengan media. Perempuan harus berani tampil dan menunjukkan dirinya di media massa. Tidak banyak perempuan yang sadar perlunya “memasarkan citra diri” di media massa. Para politisi perempuan dinilai kurang mampu dan bisa memanfaatkan peran khalayak politik mereka yang perempuan. Selama ini khalayak perempuan hanya menjadi penonton/ *spectator* politik, sehingga keterlibatan aktif suara mereka tidak mampu diraih. Tambahan lagi, kampanye politik yang dilakukan perempuan dalam realitasnya kurang mampu menjaring massa, karena ide-ide dan visi politiknya kurang spesifik dan tidak fokus pada apa yang akan dikerjakannya, terutama bagi kaum perempuan dan anak yang diperjuangkannya. Akibatnya, komunikasi politik yang dilakukan perempuan dinilai tidak memberikan efek yang maksimal bagi persoalan politik dan aktivitas politik perempuan. Kondisi ini sebenarnya terkait dengan lemahnya dukungan ekonomi

yang dimiliki oleh kandidat perempuan. Menurut organisasi *Women Environment and Development Organization* (2007) kekurangan sumberdaya ekonomi dianggap sebagai faktor pemicu gagalnya kampanye-kampanye yang dilakukan oleh kandidat politik perempuan. Dari hasil riset mereka, terlihat bahwa kandidat politisi perempuan menghadapi berbagai macam kendala ekonomi dan keuangan dalam mempersiapkan kampanye politiknya. Sehingga pada akhirnya mempersulit perempuan untuk bisa mengatur manajemen komunikasi politiknya karena kendala ini.

Representasi dan Liputan Politisi Perempuan di Media

Seperti yang terjadi di Amerika, ketika media lebih menonjolkan masalah model rambut Hillary Clinton yang akan maju menjadi senator politik daripada gerakan-gerakan politiknya. Calon Gubernur Texas, Ann Richards, dan anggota senat Amerika, Lynn Yeakel, yang ditonjolkan tentang isu koleksi pakaiannya, berat badannya dan penampilan fisik lainnya selama kampanye politik mereka di Amerika (Bystrom et.al, 2004). Kandidat politisi dan pemimpin perempuan mengalami *media abuse* dengan cara dideskripsikan dan direndahkan oleh media dengan menggunakan “*gender-specific terms*” (Braden, 1996). Seperti contohnya liputan *The Chicago Tribune* pada kampanye kandidat perempuan Carol Moseley-Braun, koran ini mendeskripsikan Braun dengan kata-kata “*the mother with a cheerleader’s smile*” (Witt et.al, 1994), yang artinya dia adalah sosok ibu dengan senyum yang mengembang seperti para *cheerleader*.

Perempuan yang maju di ranah politik juga sering dijadikan subjek perbedaan gender negatif atau “*negative gender distinctions*”. Jenis kelamin perempuan sering dijadikan alasan atau hambatan untuk masuk dalam dunia politik. Sebaliknya, para kandidat politikus laki-laki dideskripsikan dalam istilah “*gender-neutral terms*” atau terminologi gender yang lebih netral. Meskipun politisi laki-laki juga melakukan *counter* terhadap gambaran *image*

mereka, tetapi secara umum kandidat laki-laki lebih memiliki kebebasan dalam berpakaian dan bertingkah laku karena publik telah terkondisikan atau terbiasa untuk menerima laki-laki sebagai pemimpin (Bystrom et.al, 2004). Seperti yang telah dijelaskan pada bagian di atas, berbagai studi yang dilakukan di Amerika dan di Indonesia sendiri (lihat Netty Kurniasari, 2010) menunjukkan bahwa persoalan gender dan komunikasi politik adalah persoalan yang serius. Masih banyak liputan media massa yang tidak memberikan keuntungan bagi kaum perempuan yang terlibat dalam kepemimpinan politik. Sehingga pada akhirnya gambaran ini akan bisa mempengaruhi opini publik yang beredar di masyarakat. Erika Falk (2008) melakukan studi tentang gender dan liputan media di Amerika ketika senator AS, Hillary Clinton mencalonkan diri menjadi presiden dari partai Demokrat bersaing dengan Obama pada bulan Januari 2007, Falk melakukan studi analisis isi terhadap isi media massa terutama koran-koran di Amerika terkait dengan pencalonan kedua kandidat ini. Falk melihat ada tidaknya perbedaan media mengupas dua calon yang berbeda jenis kelaminnya atau istilah “*battle for sexes*”. Falk mengkaji liputan media tentang pengumuman *candidacy* Obama dan Hillary ini di enam surat kabar yang beredar di AS.

Ketika mayoritas publik tidak bisa bertemu langsung dengan kandidat, maka gambaran di media tentang kandidat pada permulaan kampanye menjadi hal yang sangat penting untuk mengetahui respon pemilih. Dalam kesimpulan penelitiannya, Falk menemukan bahwa meskipun memimpin dalam polling saat itu, Hillary Clinton, memperoleh liputan yang lebih sedikit dibandingkan Obama. Hillary juga lebih sering memiliki julukan yang rendah atau menjatuhkan, serta dipanggil dengan nama pertamanya. Hal yang berbeda dilakukan kepada Obama yang lebih banyak dikutip, diberitakan, dan posisi-posisi kebijakannya yang dikutip media (Falk, 2010). Menurut Falk juga, pers tidak hanya penting

untuk mengonstruksi ide khalayak tentang kandidat, tetapi juga penting telah membentuk pemahaman budaya khalayak tentang gender dan perempuan (Falk, 2010).

Falk berpendapat bahwa liputan berita tentang kandidat politisi perempuan yang *stereotype*, yakni yang menggambarkan bahwa perempuan lemah, tidak bisa mengambil keputusan, mempunyai masalah dengan keluarga, dan lain sebagainya, adalah hambatan bagi kandidat perempuan. Gambaran *stereotype* gender politisi perempuan seperti inilah yang akan memengaruhi kuat-lemahnya kemungkinan perempuan terpilih menjadi pemimpin politik di wilayahnya. Liputan media tentang politisi perempuan tidak selalu *sexist*, tapi masih banyak yang bernuansa diskriminasi. Dalam banyak kasus, berita yang bias gender lebih keras dan bertujuan untuk menjatuhkan dan menyingkirkan kandidat-kandidat politis perempuan yang sedang bertarung pada masa kampanye politik, terutama di Amerika dimana studi Braden dilakukan. Tambahan pula, para jurnalis media sendiri masih mengeluarkan pertanyaan-pertanyaan yang *stereotype* kepada politisi perempuan, seperti misalnya, persoalan rumah tangganya, keluarga, dan posisi perempuan di ranah domestiknya (Braden, 1996). Studi yang dilakukan oleh Kim Fridkin Kahn (Kahn, 1996; Kahn & Goldenberg, 1991) menunjukkan hasil bahwa dalam berbagai surat kabar di Amerika yang diteliti dengan menggunakan analisis isi mendudukkan politisi perempuan secara *stereotype* terhadap yang lebih menekankan pada konsepsi atau pandangan bahwa perempuan tidak dilahirkan dengan nasib menjadi politisi, melainkan perempuan lahir dengan nasib femininitasnya atau "*feminine traits*" dan pemberitaan terhadap politisi perempuan pun pada akhirnya lebih mendominasi pada isu-isu feminin dibandingkan dengan isu substansi politik kaum perempuan. Media juga terlihat mempertanyakan kemampuan perempuan sebagai kandidat politik (Bystrom et.al, 2004).

Kondisi ini sebenarnya tidak jauh berbeda dengan yang ada di Indonesia. Krishna Sen (2002) pernah menulis tentang tekanan-tekanan publik dan media terhadap pencalonan Megawati sebagai presiden Indonesia. Isu yang banyak diangkat oleh media ketika itu adalah isu-isu yang berkaitan dengan "haram" seorang pemimpin perempuan di Indonesia. Pemberitaan media massa yang lebih cenderung mendukung suara dominan yang menentang kepemimpinan politik perempuan di Indonesia. Upaya menggulingkan Megawati dari kandidat presiden perempuan ketika itu cukup kuat, yang pada akhirnya media massa berhasil membentuk agenda publik untuk memusuhi perempuan menjadi pemimpin politik di Indonesia.

Metode Penelitian

Analisis tekstual saat ini semakin populer tidak saja di kalangan akademisi komunikasi dan studi media, tetapi juga di kalangan akademisi sastra dan berbagai kajian lainnya. Analisis tekstual sendiri menjadi kajian banyak studi dalam tradisi *Cultural Studies*. Sayangnya selama ini, kajian analisis tekstual yang dilakukan melupakan akar falsafah tradisi *Cultural Studies* ini. Implikasinya analisis tekstual seolah hanya menjadi metode penelitian analisis isi kualitatif, yang berbeda dari analisis isi kuantitatif. Tradisi analisis tekstual memang banyak berkembang dan dikembangkan dalam tradisi *Cultural Studies* yang dilakukan oleh Stuart Hall (1972) dan koleganya. Analisis tekstual muncul sebagai salah satu metodologi yang digunakan untuk mengupas, memaknai, sekaligus mendekonstruksi ideologi, nilai-nilai, atau interest/kepentingan yang ada di balik dari suatu teks media. Metode analisis tekstual digunakan untuk mencari *latent meaning* yang terkandung dalam teks-teks media massa. Metode analisis tekstual sendiri sebenarnya memberikan perangkat atau *tools for analysis* teks-teks media agar peneliti mampu mengungkap konstruksi yang tersembunyi dalam konstruksi sebuah teks media, dengan

pemaknaan yang berbeda-beda, sehingga masyarakat diharapkan tidak hanya percaya begitu saja dengan realitas yang dibentuk dan diciptakan serta didistribusikan dalam teks-teks media yang mereka konsumsi sehari-hari.

Analisis tekstual ini juga menyadarkan kepada peneliti dan akademisi bahwa budaya/*culture* yang dikreasi dan diciptakan kemudian didistribusikan dan dikonsumsi adalah hasil dari konstruksi sosial yang tidak “*given*” atau “*taken for granted*.” Dengan dasar pengetahuan inilah maka, analisis tekstual berangkat dari asumsi bahwa makna tidak tunggal tetapi *multiple* atau dengan istilah John Fiske (1981) makna bersifat “*polysemy*.” Beberapa definisi yang menjelaskan tentang analisis tekstual menyebutkan bahwa ini adalah sebuah metodologi dalam tradisi penelitian studi-studi media dan budaya yang selama ini digunakan untuk menganalisis teks yang di dalamnya terdapat tanda-tanda yang mempunyai makna. Alan McKee (2003) menjelaskan bahwa analisis tekstual adalah sebuah metodologi: “*a way of gathering and analysing information in academic research*,” (McKee, 2003).

Analisis tekstual adalah suatu cara yang digunakan untuk mendapatkan dan menganalisis informasi dalam riset akademik. Ini yang perlu digarisbawahi: bahwa analisis tekstual adalah metode yang biasa digunakan dalam riset akademik. McKee (2003) juga menjelaskan bahwa analisis tekstual adalah interpretasi-interpretasi yang dihasilkan dari teks. Interpretasi-interpretasi ini adalah proses ketika kita melakukan *encoding* sekaligus *decoding* terhadap tanda-tanda di dalam kesatuan sebuah teks yang dihasilkan. Penelitian ini menganalisis beberapa isi pemberitaan media yang dimuat dalam portal-portal pemberitaan *online* media. Jumlah pemberitaan yang diambil sebanyak 25 pemberitaan. Jumlah ini diambil secara purposif dengan memilah dan mengevaluasi berita-berita dengan isu-isu yang benar-benar terkait dengan perempuan dalam kiprah politiknya dan politisi perempuan sendiri. Ada berita tentang isu politik yang dikomentari

perempuan tidak dijadikan bahan analisis. Berdasarkan alasan inilah, maka 25 berita yang dianggap representatif tentang dua hal tersebut dipilih. Data yang dianalisis adalah berupa narasi-narasi pemberitaan. Tekanan analisis dilakukan pada penggunaan bahasa untuk politisi perempuan, pemilihan kata, dan penggunaan istilah-istilah atau pelabelan media yang dilakukan bagi sosok politisi perempuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberitaan yang dilakukan oleh media massa Indonesia terhadap politisi perempuan cukup beragam. Dari artikel berita yang dipilih secara purposif menjadi sampel dalam studi ini, terlihat bahwa persoalan fisik dan karakteristik identitas perempuan ternyata dominan dilekatkan pada figur perempuan yang menjadi politisi. Apalagi terhadap perempuan-perempuan yang berprofesi sebagai artis atau selebriti atau *public figure* yang banyak dikenal oleh masyarakat.

Politisi Cantik dan Seksi

Aspek fisik dan penampilan menjadi pembuka pemberitaan dibandingkan dengan kualitas dan kapabilitas yang dimilikinya. Kata-kata seperti “politisi cantik”, “perempuan cantik yang jago politik,” menjadi kata-kata yang dipilih oleh media dan seringkali muncul dalam artikel pemberitaan tentang perempuan. Beberapa sampel berita yang dipaparkan berikut ini menjelaskan argumen studi ini.

Wanita cantik ada di mana-mana. Termasuk di gedung rakyat, DPR. Banyak artis yang menceburkan diri ke dunia politik dan “membuat manis tampilan para politikus” di Indonesia...Siapa saja perempuan-perempuan cantik di Gedung DPR? Berikut jajaran wanita-wanita cantik yang duduk sebagai wakil rakyat di DPR versi *detikcom*,; Senin (21/11/2011)... Ingggrid Kansil..hampir selalu menjadi pusat perhatian karena wajah dan dandanannya yang menarik mata untuk melihat...Angelina

Sondakh...tak hanya cantik tapi juga seksi... (*detik.com*, 21 November 2011).

Kata-kata yang bias gender dan lebih mengedepankan tampilan fisik perempuan menjadi salah satu contoh bagaimana cara-cara media mengemas beritanya. Dari cuplikan artikel berita di atas, terlihat bahwa media mencoba untuk menarik perhatian para pembaca atau konsumen media dengan mengedepankan judul dan *lead* atau teras berita yang membuat khalayak tertarik membaca. 'Wanita cantik dan menjadi anggota DPR' seolah menjadi komoditas yang layak dijual kepada publik. Bahkan, keberadaan wanita dianggap "membuat manis tampilan para politikus Indonesia". Ini juga mengartikan bahwa perempuan politisi dianggap sebagai "*insert*" atau pihak yang tidak penting. Kecantikan yang dimiliki perempuan seolah menjadi daya tarik dan menjadi 'kultur baru' politik di tanah air. Bahkan figur politisi perempuan seolah hadir di ruang politik publik karena fisiknya, dan tampilan fisik inilah yang menarik dipandang mata, bukan karena sepak terjang politiknya. "Cantik dan seksi" bagi politisi perempuan menjadi daya pikat media. Tetapi kata-kata tersebut tidak ada hubungannya dengan gambar maupun aktivitas politik yang dilakukan oleh perempuan yang diberitakan. Apa hubungannya cantik dan seksi dengan politik?

Stereotip Perempuan

Artikel dengan judul yang provokatif yang dimuat oleh *Kompas.com* tentang "Apa bedanya politisi perempuan dan laki-laki?" menarik untuk ditelaah. Dalam tulisan artikel ini, bukan media yang beropini, tetapi politisi perempuan sendiri seolah bias akan pendapatnya tentang keberadaan perempuan dalam dunia politik.

"Banyaknya anggota perempuan di Parlemen, khususnya di DPR-RI, membawa perubahan suasana dewan menjadi lebih hangat dan elegan," kata Yuliani...Anggota Fraksi PAN ini mengatakan, perempuan

yang menjadi politikus tidak harus mengubah sikapnya menjadi maskulin, melainkan bisa mengubah politik menjadi lebih familiar".

Pernyataan yang dikutip oleh Kompas terkait dengan keberadaan perempuan sendiri menjadi paradoks yang selama ini menjadi perdebatan kaum feminis dan aktifis gender di tanah air. Pernyataan diatas seolah menunjukkan bahwa perempuan sendiri mempunyai bahasa yang menegaskan bahwa keberadaan perempuan di lembaga legislatif membuat "suasana dewan menjadi lebih hangat dan elegan". Perempuan dimetaforakan sebagai "penghangat" bagi ruang-ruang politik yang ada. Hal yang serius terlihat juga dari kutipan berikutnya. Memang tidak ada yang pernah menginginkan juga bahwa politisi perempuan harus merubah pandangannya menjadi maskulin ketika mereka berada di ranah politik. Bukan berarti karena politik identik dengan laki-laki maka perempuan harus maskulin ketika terlibat dengan politik. Salah satu aktifis hukum bahkan pernah memberikan pendapatnya tentang politisi perempuan dan laki-laki yang stereotip. Dikatakan bahwa pria dan wanita berbeda karena karakter personalitas mereka berbeda.

Pandangan yang bias akan stereotip ini mengganggu pandangan umum tentang perempuan dan laki-laki di ranah politik pada akhirnya. Dengan kata lain, media mencoba untuk berpihak pada pandangan-pandangan stereotip seperti berikut:

Menurut Nursyahbani Katjasungkana, ada perbedaan karakter antara politisi laki-laki dan perempuan. Menurut dia, perempuan lebih fleksibel, lebih peduli, lebih berempati, dan tidak ingin menguasai orang lain. Sementara politisi laki-laki, menurutnya lebih bersikap tegas dan keras, kurang peduli, kurang berempati, dan cenderung ingin menguasai orang lain (Kompas, 31 Mei 2008).

Stereotip yang disampaikan di atas menjadi stigma yang berkembang dalam masyarakat akhirnya, bahwa memang politisi laki-laki dan perempuan memang berbeda.

Kondisi ini akan terbawa dalam ruang-ruang sidang yang ada di lembaga-lembaga politik. Sehingga kecenderungan yang muncul dengan marginalisasi perempuan dan rentannya perempuan untuk dijegal di dalam partai politik sendiri seolah benar karena dasar pandangan stereotip di atas. Namun, ada beberapa juga artikel berita yang menggambarkan politisi perempuan sebagai pribadi yang tangguh dan prima. Kapabilitas sebagai politikus serta kemampuan mengurus rumah tangga menjadi andalan dan sosok ideal perempuan yang berkarir di bidang politik. Seperti artikel tentang almarhum Yoyoh Yusro politisi partai PKS. Keberhasilan dan sosok Yoyoh yang tangguh dan prima digambarkan sebagai figur politikus perempuan yang langka dan diharapkan menjadi "*idealized figure of female politician*" atau sosok ideal dari politisi perempuan di Indonesia. Bila promosi yang dilakukan media dengan mengangkat gambaran politisi semacam ini, bukan tidak mungkin seperti yang dikatakan oleh Krishnan (2011) bahwa laki-laki akan merasa terancam dengan keberadaan perempuan yang telah melewati batas jerat-jerat tradisionalisme yang mengungkung perempuan.

Politisi perempuan yang ingin sukses dalam karier dan rumahtangganya mungkin perlu belajar dari jejak-jeak inspirasi beliau. Selamat Jalan ibu Yoyoh Yusro semoga engkau menjadi inspirasi bagi kami: perempuan Indonesia! (*Kompas.com*, 24 Mei 2011).

Politik dan Seksualitas Perempuan

Representasi politisi perempuan mengalami persoalan yang serius di tanah air. Media massa sendiri turut memperkeruh kondisi yang ada. Seperti pemberitaan yang dilakukan terhadap Julia Perez, artis yang sekaligus pada tahun 2010 ingin masuk menjadi politisi sebagai calon Bupati Pacitan. Judul-judul yang dibuat oleh media pun berbau sensasional. Seperti misalnya "Julia Perez (Jupe) siap Menjadi Bupati Pacitan "Siap Digoyang" (*suaranews.com*), juga judul yang

dimuat di *vivanews.com*, "Hmm..Julia Perez Mencalonkan Diri Menjadi Bupati Pacitan," atau "Ssstt...PBB Jatim Tolak Jupe". Judul-judul yang tidak memenuhi kaidah jurnalistik dan lebih mengedepankan sensasional menjadi contoh bagaimana calon kandidat perempuan dalam politik menjadi bahan bual-bualan. Seperti yang tampak dalam visualisasi kartun yang dimuat di salah satu media massa lokal di Jawa Timur. Kontroversi politisi perempuan seolah menjadi makanan empuk bagi media massa, termasuk pers, untuk lebih menekankan aspek sensualitasnya. Seperti pemberitaan Ratu Atut Chosiyah, Bupati Banten, yang diisukan melakukan perselingkuhan dan melakukan operasi plastik layaknya seorang selebriti. Pemberitaan tentang orang nomor satu di Banten ini lumayan gencar. Namun aspek yang dibahas bukan pada keberhasilan bupati melaksanakan tugasnya sebagai pemimpin daerah yang handal, melainkan pada isu-isu yang kontroversial.

Termasuk dikait-kaitkannya dirinya dengan adik iparnya yakni kasus politisi Partai Demokrat Airin Rahmi Diany yang diberitakan sebagai bom seks yang maju menjadi politisi yang akan merusak wajah politik daerah. Sulit ternyata untuk menjadikan perempuan sebagai politikus yang handal di ranah publik tanah air. Kontroversi tentang keberadaan perempuan terus bergulir. Bahkan terkait dengan maraknya kepemimpinan daerah di tangan beberapa perempuan yang menang dalam Pilkada menjadi isu yang sudah lama muncul dan terus didengungkan, bahwa perempuan haram menjadi pemimpin. Berbagai partai politik berbasis Islam menolak secara terang-terangan politisi perempuan. Kondisi ini juga dipakai oleh media sebagai momentum untuk lebih berpihak pada budaya patriarki dan maskulinitas laki-laki yang lebih mendominasi. Media pada akhirnya lebih memihak pada pandangan dan nilai-nilai dominan daripada upayanya menjadi agensi untuk menguatkan posisi perempuan sebagai politikus.

PENUTUP

Simpulan

Kaum perempuan memang masih harus berjuang lebih keras untuk mendapatkan liputan media yang menguntungkan dan memberikan citra positif padanya. Dalam kancah dunia politik, perempuan menjadi objek pemberitaan yang seharusnya mampu mengkonsolidasikan kedudukan dan posisinya dalam ruang publik. Pada kenyataannya, studi ini menemukan bahwa perempuan masih mengalami marginalisasi dalam hal pemberitaan media. Tidak hanya dalam jumlah politisi perempuan yang diliput media, tetapi substansi isi dari liputan media juga menjadikan perempuan sebagai objek seksual dan sensualitas dari pemberitaan. Stereotip terhadap perempuan yang disampaikan oleh perempuan sendiri lebih menjadi tekanan media massa. Media massa lalu kelihatan cenderung memilih nara sumber yang “sejalan” dengan ideologi yang dikembangkannya.

Perempuan dari kalangan artis mempunyai gambaran yang sedikit berbeda, walaupun ada beberapa citra yang sama, yaitu dianggap kurang mampu dan kompeten, ada hal yang berkaitan dengan penampilan fisik seperti kata, “*cantik*,” ‘*seksi*’ dan “*penghangat suasana*”. Karena tidak mampu dan kompeten maka mereka dituntut untuk meningkatkan kinerja, kualitas dan perannya, tidak hanya mengandalkan popularitas saja. Pada kasus-kasus politisi perempuan tertentu bahkan, seksualitas dan sensualitas menjadi komoditi yang menarik untuk dijual kepada konsumen media. Pada akhirnya, media massa sendiri terbawa dalam arus kultur politik pria yang lebih maskulin daripada feminin. Selain itu perempuan juga mendapatkan posisi yang kurang kuat dalam kontestasi dirinya sebagai aktifis maupun pelaku aktif dari dunia politik. Kultur politik di Indonesia sendiri lebih memihak pada maskulinitas politik daripada netralitas politik bagi perempuan dan laki-laki.

DAFTAR PUSTAKA

- Braden, Maria. (1996). *Women politicians and the media*. Kentucky: University Press of Kentucky.
- Bystrom, Dianne G., Robertson, Terry Banwart, Christine M., & Kaid, Linda L. (Eds.). (2004). *Gender and candidate communication: Videostyle, Webstyle, NewStyle*. Routledge, New York.
- Falk, Erica. (2010). *Women for President: Media bias in Eight Campaign*, 2nd edition. Urbana: University of Illinois Press.
- Falk, Erica. (2008). 'Cutting women out: The media's bias against female Presidential Candidate,' dalam *In These Times*, tanggal 25 February 2008, diperoleh dari http://www.inthesetimes.com/article/3539/cutting_women_out/ tanggal 20 Mei 2010.
- Fiske, John. (1981). *Introduction to communication*. London: Sage Publication.
- Hall, Stuart. (1972). *Culture, media and language: Working papers in cultural studies*. London: CCCL, Open University.
- Jones, Stephanie., Nicki Charles., & Charlotte Aull Davies. (2009). 'Transforming Masculinist Political Culture? Doing Politics in Political Institution', *Sociological Research Online*, 14(2)1 diperoleh dari <<http://www.socresonline.org.uk/14/2/1.html>> doi:10.5153/sro.1863, tanggal 31 Mei 2009.
- Kaid, Linda Lee & Dianne Bystrom (Eds.). (1999). *The Electronic election: perspectives on the 1996 campaign communication*. New York: Lawrence Erlbaum.
- Kaid, Linda Lee & Christina Holtz-Bacha. (1995). *Political advertising in western democracy: Parties and candidates on television*. California: Sage Publication.
- Kaid, Linda Lee., & Christina Holtz-Bacha. (2000). 'Gender differences in response to televised political Broadcast: A multicountry comparison,' *Harvard Journal of International Press/Politics*, Vol 5(2), pp.17-29.
- Krishnan, Kavita. (2011). 'Patriarchal ideology and political culture,' dalam *countercurrents.org*, 25 Mei 2011, diperoleh dari <http://www.countercurrents.org/krishnan250511.htm>, tanggal 23 Maret 2012.
- McKee, Alan. (2003). *Textual analysis: A beginner's guide*, London: Sage Publication.
- Sen, Krishna. (2002). Mega factors in Indonesian politics: A new President or a new kind of presidency?' dalam Robison, Kathryn, & Bessel, Sharon, (Eds.), *Women in Indonesia: Gender, Equity and Development*. Singapore: ISEAS.
- Witt, Linda., Karen M. Paget & Gienna Matthews. (1994). *Running as a woman: Gender and power in American politics*. New York: Maxwell Macmillan International.
- Women's Environment and Development Organization. (2007). *Women candidates and campaign finance*, Desember 2007, New York, USA.

